构建以人民为中心的教育传媒发展新格局
——以江西教育传媒集团为例

方 玉
（江西教育传媒集团有限公司，江西 南昌 330038）

摘 要：面对教育发展新需要和媒体发展新格局，教育传媒行业必须树立“以人民为中心”的宣传工作导向。江西教育传媒集团坚定不移地遵循服务群众、依靠群众、联系群众的根本原则，实现了教育传媒事业的高质量发展，构建了教育传媒发展新格局。

关键词：教育传媒；以人民为中心；服务；媒体融合；传媒发展 **中图分类号：**G623 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）11-133-04 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.11.041
本文著录格式：方玉.构建以人民为中心的教育传媒发展新格局——以江西教育传媒集团为例[J].中国传媒科技，2021（11）：133-135，144.

进入“十四五”规划时期，站在“两个一百年”奋斗目标历史交汇点上，其中显著的特征就是要求在各行各业的改革创新探索实践中都应立足新发展阶段，贯彻新发展理念，进而构建新发展格局。

教育传媒行业是国家教育事业的重要组成部分，兼具教育宣传、舆论引导、服务师生等重要社会功能。在百年未有之大变局背景下，日新月异的媒介技术与变动不居的国内外环境为教育传媒行业既带来了一系列机遇，也带来了一系列挑战。面对教育发展新需要和媒体发展新格局，教育传媒行业必须树立“以人民为中心”的宣传工作导向。实现教育传媒事业的高质量发展，构建教育传媒发展新格局。

1. 服务群众：秉承工匠精神深耕主业服务师生

1.1 占领主阵地，彰显教育传媒的本质属性

媒体是连接万物的桥梁，是国家意志上下通达的重要渠道，是人民了解周遭信息环境，用以更好地生存发展的重要工具。在我国，无论何种媒体，都具有意识形态的鲜明属性，承担着沟通社会、传递信息、提供社会服务的重要职能。传媒在本质上都具有政治、经济与文化公益三个层面的属性。政治属性即传媒作为党和人民的耳目喉舌；经济属性体现为“事业性质，企业管理”下，传媒作为市场主体创造财富，推动经济社会发展。对教育传媒而言，要围绕着立德树人的根本任务，坚持正确的政治方向、出版导向和价值观。

教育传媒，是全社会了解教育信息，提供教育服务的主要平台，在我国进入新发展阶段，教育传媒从业者必须全面认识以人民为中心的立业基石，筑牢为社会提供教育、文化、公益服务的本质认识，始终围绕教育事业，不断满足人民文化需求，增强人民精神力量。以江西教育传媒集团（以下简称江教集团）为例，近年来江教集团聚焦主业，从一本期刊发展到刊、网、微、端多种载体，在江西省实现了从幼儿、中小学生、教师和家长的全覆盖，覆盖教育人群超 500 万，占领了教育宣传的主阵地。通过主渠道、主阵地，江教集团旗下所在媒体紧紧围绕教育部、江西省教育厅的中心工作，发布权威教育资讯、传播先进教育典型、开展丰富的师生活动，讲好了江西教育故事，为江西教育事业的改革发展营造了良好的氛围。

1.2 深耕期刊主业，打造高质量教育期刊群

作为深刻参与社会市场，与人民生活息息相关的教育传媒，其生存发展的核心前提便是打造拥有一批内容质量过硬、社会反响良好的期刊产品。教育期刊是教育传媒发展的传统领域，是教育传媒发布教育信息、进行交流探讨、展开教育宣传的主阵地。在新媒体时代，互联网对各类传统媒体形式带来了空前的影响，在网络浪潮的冲击下，传统报刊关停并转、人才流失的新闻屡见不鲜。但是，新媒体同时大大降低了信息传播的准入门槛，新媒体短、平、快特质下所催生的“眼球经济”更加导致了为追求注意力而对内容质量缺少把关甚至对社会产生了一系列负面影响。西方传播学者拉扎斯菲尔德与罗伯特·默顿在《大众传播、大众鉴赏力和有组织的社会行动》中曾提出大众传播的负功能说，其中认为大众传媒若不加甄别地提供大量的信息，将会给人们带来“麻醉作用”，即过度地沉溺于媒介提供的表层信息和通俗娱乐中，导致人们不知不觉失去社会行动力，而满足于“被动的知识积累”，[1] 最终失去自主选择与判断的能力。对于教育传媒来说，在新媒体热潮下更应回归对自身主业对坚守，进行冷静地思考。通过不断打造自身品牌期刊、挖掘核心价值，以精益求精的工匠精神肩负起对社会人民负责的态度与使命。

以江教集团为例，在逾70年的发展历程中，江教集团历经时代变迁，始终视期刊质量为自身生命线，坚持"出精品文章，创品牌栏目，办一流期刊"的办刊理念，集团所办的《小学生之友》《教师博览》曾被评为中国期刊方阵双效期刊，《初中生之友》《聪明泉》被评为中国少儿报刊金奖期刊，《开心幼儿》在国家新闻出版广电总局组织的全国少儿报刊编校质量检查中，差错率为零，社会反响优异。优质期刊产品的背后，是教育传媒人对工匠精神的矢志传承。习近平总书记在全国劳动模范和先进工作者表彰大会上曾强调，在长期的劳动时间中，我们应培育弘扬"执着专注、精益求精、一丝不苟、追求卓越的工匠精神"。工匠精神不仅仅是一种职业精神，更是职业道德、职业能力、职业品质的集中体现。教育期刊服务的人群是教师、学生和家长，教育期刊的编辑要将工匠精神落实在编辑出版工作中，戒骄戒躁，精益求精，与时俱进，努力让期刊服务有思想、有温度、有品质。

为向不同读者群提供更加贴合需求的期刊服务，江教集团分别推出了：面向教师和教育管理者的期刊《江西教育》《教师博览》，面向幼儿园及中小学生的综合类期刊《开心幼儿》《小学生之友》《初中生之友》《高中生之友》，面向中小学生的科普类期刊《聪明泉》《科普天地》，面向老年人的期刊《开心》等一系列定位明确、各具特色的精品期刊群。每本期刊都推出相应的微信公众号、视频号等，构建了新媒体矩阵，实现多种载体的全媒体形态传播。通过对期刊主业的长期深耕，奠定了秉承工匠精神，以人民为中心的传媒发展格局。

1.3 优化内容供给，服务师生专业成长

在经济社会快速发展的背景下，面对日渐庞大的受教育群体，快速衍生出了形式多元、精准指向的各类教育信息需求。教育传媒从业者首先应当树立正确的群众服务观念，始终将人民群众的需求放在最高位置，为群众提升优质的内容供给，引导、满足人民群众各个阶段、不同面向的教育信息需求。

教育传媒有其专业性，为引领和满足师生的专业成长，要在优化内容供给上下足功夫。首先要加强选题策划，体现教育传媒的专业性、引领性。综合性教育期刊内容丰富，每期刊物结合时政、读者的需求以及编辑的视角，做一至两个重点策划，让期刊内容有深度、有亮点；还可全年策划一个主题栏目，循序渐进，润物无声。如江教集团根据教育部的要求开展的中国共产党成立100周年、爱国主义教育、中华优秀传统文化、公民道德教育等内容，各刊及时开展主题策划，把更多更好的内容精彩呈献给读者。其次，要积极创新内容形式，拥抱科技，让内容更生动。教育期刊通过媒体融合，可以让文字都生动起来，如给期刊的文章配上音频、视频，或运用VR、AR技术呈现内容，这样既可以拓展期刊的内容又能满足读者的视觉体验。如学生期刊的重点栏目配二维码，扫码就可以听故事或看故事；教师期刊配视频资源，如专家的讲座或名师的公开课等内容，满足读者学习交流的更高需求。

此外，"打铁还需自身硬"，教育传媒工作者在纷繁复杂的信息环境中，还应不断提升自身专业素养、业务能力。一方面需适应时代要求，在传统报刊杂志等载体的基础上，熟练掌握包括社交媒体、短视频等新技术、新媒体的基本操作与运用，善用不同形式传递多样的教育信息；另一方面需要提升媒介素养，具备高度的教育信息敏感，以及时"掌握最新的教育政策、理念，在甄选和编辑文章时有理论依据作为支撑"，[2]方能正确引导人民的教育信息方向。

2. 依靠群众：开展接地气聚民心的教育宣传活动

"知屋漏者在宇下，知政失者在草野"，构建以人民为中心的教育传媒发展格局，必须坚持发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，才会有正确的发展观、现代化观。开展教育宣传是教育传媒依靠群众、面向群众最为直接的方式，必须做到以下各方面的有机统一。

2.1 坚持党性与人民性的统一

习近平总书记在2013年全国宣传思想工作会议上的讲话指出，宣传思想工作要坚持党性和人民性的统一，要树立以人民为中心的工作导向，把服务群众同教育引导群众结合起来，把满足需求同提高素养结合起来。教育信息宣传仍属于党新闻宣传工作的重要构成部分，需要充分做到党性与人民性的统一。

一方面，教育作为国之大计，民生之本，教育宣传的重要性不言而喻，其事关旗帜道路、事关推进党和国家的教育事业、事关全党全国各族人民凝聚力和向心力、事关党和国家的前途命运。在今天的教育宣传中，教育传媒必须牢牢坚持党性原则，在教育宣传中提升政治站位；增强引领意识，开展教育宣传活动必须围绕大局相互呼应，统筹传统与新兴媒体，推出更多精品宣传活动；增强管理意识，加强对宣传人才队伍、编辑出版队伍、活动策划队伍的把关审查，不给错误、误导信息可乘之机。

另一方面，开展教育宣传活动必须与人民群众站在一起，始终掌握人民群众所喜闻乐见的宣传形式，开展多彩、多元、接地气、聚民心的教育宣传活动。如今，人们越来越重视活动体验感、教育获得感。一家接地气的教育传媒、一本有生命力的教育期刊，必须紧紧依靠群众，从群众中来，到群众中去，在群众中建立影响力，真正实现经济与社会效益的统一。传统媒体长期保持着线下活动的宣传方式，深入读者、深入基层，开展接地气、聚民生的宣传活动，更贴近实际、贴近生活，积攒了诸多宣传经验，新时代环境下的教育期刊策划的活动更应该围绕教育的发展和师生的成长，如江西教育传媒

集团每年针对不同受众群开展的各类征文活动和报刊阅读季活动，做到接地气、聚人气，包括“关爱留守儿童双百万新蕾工程”活动、江西省“三友”自强少年推选与资助活动、“少儿报刊阅读季”活动等，吸引了众多读者的参加与关注。读刊用刊活动不仅为读者提供了学习和阅读平台，也为刊物发现和培养优秀作者提供了条件，同时还扩大了期刊品牌影响力，收获了良好的社会声誉，促进了期刊的市场化订阅。出版单位还可以适时延伸出相关培训、教材和展示活动，形成出版、活动、培训业务的运营内循环，提升媒体运营的核心竞争力。

2.2 坚持政策宣传与多样服务的统一

教育传媒的信息宣传主要承担两个方面的基本使命。一是确保国家教育相关的方针政策及时、准确地上传下达，到达受众手中，给予师生、家长正确地方向引导与教育参考。二是满足各阶段、各角色有关教育、求学、深造等方面的信息服务需求，更好地提升人民群众的教育获得感。以江教集团为例，在新媒体环境下，江教集团充分贯彻以人民为中心理念，统筹旗下各类信息媒体平台，相互分工、协调配合展开教育宣传活动。旗下期刊杂志主要承担信息分享、经验交流与教育学习成果展示的功用，具有较为稳定的受众群体，受到了受众广泛的好评。在江教在线网络平台中，则充分利用了网络更新速度快、超链接不受版面限制等特点。将网站划分为教育资讯、高考专题、江教研学、活动赛事、万师家访等板块。根据受众，尤其是师生需求同时推出微信服务号、手机 App 等方式开展教育信息宣传活动，其中涉及高考这一重大主题下所推出等“高招进度”“专家解读”“高校访谈”“高考直通车”等解决群众实际困惑问题等活动形式受到了师生家长长期以来的良好评价。

3. 联系群众：以用户思维推进媒体融合深入发展

群众路线是党的生命线和根本工作路线，是党永葆青春活力和战斗力的重要传家宝。构建以人民为中心的教育传媒发展格局，需要遵循群众路线，深入联系人民群众，主要体现在以用户思维推进媒体融合深入发展上。

3.1 因势而谋，转变传媒发展观念

2020年，中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，明确了媒体融合发展的总体要求与全媒体传播体系的整体框架。媒体融合已经从早期的理论探讨上升至了国家战略的高度，为各类传媒的工作实践提供了指向与遵循。强调用户思维，融合用户受众是媒体融合的标准与初心，《中国媒体融合发展报告》曾指出，现阶段的媒体融合，还存在不能与用户有效互动、共同生产适合新媒体传播内容的“合而不融”[3] 现象值得关注。

做好教育宣传与舆论引导，教育传媒首先应当在顶层设计上转变传统传媒发展观念，牢固树立用户思维。在我国传媒事业发展历程中，传媒具有“事业性质，企业管理”的双重属性，其中事业性质要求传媒在经营管理上通常实施社长负责制、总编辑负责制，这种具有鲜明科层属性的制度一方面有助于信息的上传下达，职能分工的清晰，但同时也造成了一些威权影响和媒体中心思维的产生。然而，“不重视用户的媒体传播创新研究是没有生命力的。”[4] 在媒体融合时代，要求传媒在经营管理上优先转变发展观念，更多地了解用户画像，将用户的特点、偏好纳入传媒实践的考量，增加用户黏性以提升自身的传播力、引导力、影响力与公信力。

3.2 顺势而动，打造新兴内容平台

当今时代，新媒介如微信、微博、短视频正无孔不入地渗透进人们的生产生活，改变着人们对信息的接收与理解方式。教育传媒因其面向的群众主要为师生家长等中青年群体，因而具有文化素养较高、对新事物接受能力快等特点，恰恰与新媒体用户特征相契合。面对清晰化的用户画像与信息需求，教育传媒应当敞开思想与胸怀，全面拥抱新兴媒介与传播平台，做到群众在哪里，教育宣传、舆论引导就走到哪里。

具体而言，教育传媒一方面需要建立全媒体人才队伍，通过专业技能培训、技术人才引进等方式，打造一支适应媒体融合发展，善于与用户沟通交流的传媒人才队伍。另一方面需要切实发挥各类人才优势，打造或借用新兴内容平台，拉近与读者、用户的时空距离，做到线上线相融合。例如组织教育宣传机动队，定期前往基层、走进校园了解师生需求。同时充分运用微信服务号、手机 App、短视频等平台，让用户能够随时随地地接收最新教育资讯，进行跨地域、跨媒介、跨平台的交流互动。在疫情防控期间学校停课，期刊征订受阻时，江教集团通过“江教在线”服务平台、“江教汇服通”收费平台，开展网上宣传和服务活动，收集传统期刊读者数据，保持与用户密切联系，探索线上征订阅读平台，尝试实行在线征订和阅读，进一步培养了用户的平台使用习惯，形成对教育传媒主体更强的认同感。

3.3 乘势而为，创新机制激发活力

“明者因时而变，知者随事而制”，从原中央电视台、中国国际电视台、中央人民广播电台合并组建中央广播电视总台，到全国如火如荼的融媒体中心建设。诸多的实践证明，新发展阶段进行教育传媒的深化改革与格局再造，在根本上需要进行自身体制机制的自我革命，以不断激发内生动力，进行时代创新。

江西教育传媒集团积极响应国家全面深化改革要求，自主探索传媒发展模式，始终将体制机制改革作为保持传媒健康稳定发展的关键因素，2012 年，由自收自支企业化管理的事业单位整体转制为企业，更名为江西教育期刊社有限责任公司；2015 年，以江西教育传媒集团有限公司为母公司组建了江西教育传媒集团。一系列改革转制的背后，是迎乘时代风潮，始终围绕以人民为中心，

（下转第144页）